

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Geografi adalah ilmu yang mempelajari tentang bentuk dan kenampakan di permukaan bumi, hubungan antar manusia dengan manusia, hubungan manusia dengan lingkungannya baik fisik maupun menyangkut makhluk hidup lainnya, beserta permasalahannya atau mempelajari dengan segala isi dan aspek-aspeknya (Bintarto dan Surastopo, 1979). Pembangunan ekonomi adalah suatu proses kenaikan pendapatan total dan pendapatan perkapita. Pembangunan ekonomi tidak hanya berorientasi terhadap masalah perkembangan pendapatan nasional riil akan tetapi juga meliputi modernisasi kegiatan ekonomi. Salah satu cara untuk mewujudkan modernisasi kegiatan ekonomi adalah pengembangan perekonomian dari sektor informal. Sektor informal ini berperan untuk mengurangi pengangguran karena terbatasnya daya serap lapangan pekerjaan di sektor formal.

Salah satu bagian dari sektor informal ini adalah sektor perdagangan. Sektor perdagangan memiliki beberapa instrumen salah satunya adalah pasar. Pasar merupakan salah satu wujud dari konsep aglomerasi wilayah. Aglomerasi itu sendiri berarti pengelompokan. Dalam hubungannya dengan kajian kewilayahan (aglomerasi) pasar merupakan faktor lokasi yang amat penting baik yang berwujud mengelompoknya perumahan penduduk maupun berkumpulnya pertokoan di suatu tempat. Disamping itu juga merupakan sarana utama untuk meningkatkan efisiensi ekonomis maupun kepuasan sosial karena di lokasi tersebut terjadi timbunan kegiatan manusia. Pasar mungkin juga didefinisikan sebagai permintaan yang diajukan oleh sekelompok pembeli yang potensial untuk sebuah produk atau jasa. (Stanton, 1995:92).

Belshaw (1981:10) berpendapat bahwa pasar tidak hanya merupakan lembaga tukar-menukar, tetapi pasar berfungsi sebagai tempat penyebaran lembaga penyimpanan barang, serta tempat berpindahnya komunitas dari satu orang ke orang lain, atau dari suatu tempat ke tempat lain, dan dari peranan satu ke peranan yang

lain. Jadi pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomi, kebudayaan, politis, tempat pembeli dan penjual saling bertemu untuk mengadakan tukar menukar. Secara umum terdapat dua jenis pasar yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Menurut Pepres RI No.12 tahun 2007, Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), termasuk kerja sama dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki maupun dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Pasar tradisional merupakan aset yang potensial bagi pemerintah daerah dan masyarakat, dengan pengelolaan yang baik dari pemerintah dan masyarakat diharapkan mampu menaikkan sumber pendapatan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Pasar tradisional mempunyai potensi yang tidak bisa diabaikan baik secara ekonomis maupun sosial, yaitu :

- a. Secara ekonomis mampu menghidupi ribuan orang, atau merupakan arena untuk memenuhi kebutuhan hidup atau ruang bagi pemberdayaan ekonomi rakyat.
- b. Pasar sebagai ruang publik merupakan arena untuk membentuk jalinan relasi sosial-ekonomi, dimana didalamnya terbangun nilai untuk saling percaya, saling menghormati, dan perasaan empati terhadap sesamanya.
- c. Secara alami di pasar tradisional terbangun sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial, mulai dari pedagang besar, pedagang kecil, pedagang lesehan, pedagang kaki lima, buruh angkut, dan pembeli (Himawan,2005:76)

Pasar tradisional yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia ternyata menghadapi masalah untuk bisa berkembang. Masalah tersebut timbul karena adanya persaingan dengan pasar modern, seperti supermarket atau pasar modern lainnya. Hal ini yang menghambat perkembangan pasar tradisional adalah sarana dan prasarana pendukung.

Pasar tradisional memiliki kelebihan dan kelemahan dibanding dengan pasar modern. Pasar tradisional memiliki sistem berjualan yaitu dengan tawar menawar,

hal ini dapat menunjukkan komunikasi yang dapat terjalin antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan pasar modern dimana harga sudah pasti yang ditetapkan oleh pemilik toko sehingga tidak bisa terjadi proses tawar menawar antar penjual dan pembeli. Selain memiliki kelebihan terhadap pasar modern, pasar tradisional juga memiliki kekurangan dibanding pasar modern, yaitu tempat berjualan atau berdagang. Pasar tradisional dikenal dengan tempat berjualan yang kotor, kumuh, semrawut. Berbeda dengan pasar modern yang memiliki desain yang tertata rapi dan bersih. Hal ini yang menyebabkan pembeli yang semula senang berbelanja di pasar tradisional beralih ke pasar modern.

Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Pada masa awal sebelum uang ditemukan, tukar menukar barang dinamakan barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang. Setiap barang dinilai dengan sejumlah uang. Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan penjual. Dalam perdagangan ada orang yang membuat yang disebut produsen. Kegiatannya bernama produksi. Jadi, produksi adalah kegiatan membuat suatu barang. Ada juga yang disebut distribusi. Distribusi adalah kegiatan mengantar barang dari produsen ke konsumen. Konsumen adalah orang yang membeli barang. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang dari hasil produksi.

Atas dasar hal itu sudah seharusnya menjadi perhatian bagi Pemerintah Daerah. Sebagai salah satu penunjang perekonomian daerah, pasar tradisional juga memiliki suatu kebudayaan lokal daerah setempat yang harus dipertahankan. Semakin menjamunya keberadaan pasar modern sehingga menyebabkan semakin berkurangnya minat pembeli terhadap pasar tradisional. Hal ini yang mendorong pemerintah untuk melakukan revitalisasi pasar tradisional agar mampu bersaing dengan keberadaan pasar modern. Kebijakan revitalisasi pasar tradisional ini mungkin salah satu kebijakan pemerintah yang sangat tepat untuk membuat pasar tradisional tetap hidup, berkembang, dan disukai oleh masyarakat.

Revitalisasi merupakan upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital atau hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran atau degradasi. Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi, dan aspek sosial.

Pendekatan revitalisasi harus mampu mengendalikan dan memanfaatkan potensi lingkungan (sejarah, makna, keunikan, dan citra tempat) ,(Danisworo, 2000; 76). Revitalisasi pasar tradisional merupakan program pemerintah melalui Kementerian Perdagangan dan Kementerian Negara Urusan Koperasi dan Usaha Kecil dengan sasaran memberdayakan para pelaku usaha mikro yang selama ini tumbuh di pasar yang belum memiliki fasilitas transaksi tempat berusaha yang layak, sehat, bersih, dan nyaman, serta dimiliki dan dikelola oleh pedagang sendiri dalam wadah koperasi. Revitalisasi pasar tidak hanya tertuju pada pembangunan fisik saja tetapi juga dilengkapi dengan peningkatan ekonomi masyarakatnya, untuk itu diperlukan kerjasama antara pemerintah dan juga masyarakat untuk menjalankan program revitalisasi.

Sehubungan dengan titik berat kebijaksanaan di bidang perdagangan yaitu menciptakan iklim yang mendukung penyediaan tempat usaha tersebut, maka pemerintah Kota Surakarta, telah mengupayakan berbagai pengembangan penyediaan tempat-tempat usaha, termasuk pengembangan tempat usaha di Pasar Jongke Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. Pasar Jongke yang dibuat pada tahun 1992 dulunya merupakan pasar oleh-oleh yang terletak dekat dengan perempatan (sekarang masih ada pasar oleh-oleh di lokasi tersebut) yang kemudian dipindahkan ke barat sekitar 200 meter. Pada saat ini Pasar Jongke mempunyai luas 12.253 m^2 . Pasar ini mempunyai jumlah los 597 petak. Jumlah kios sebanyak 99 (Jumlah pedagang tetap $139 + 99 = 238$ pedagang) dan pedagang yang tidak tetap yang biasa disebut pedagang “oprokan“, sebanyak ± 362 orang. Berikut disajikan tabel perkembangan jumlah pedagang di Pasar Jongke antara 2013 – 2015.

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Pasar Jongke antara Tahun 2013 - 2015

No	Jenis	2013	2014	2015
1	Pedagang Plataran/Oprokan	139 orang	209 orang	362 orang
2	Pedagang Los	597 orang	597 orang	597 orang
3	Pedagang Kios	99 orang	99 orang	99 orang
Jumlah				1058 orang

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa jumlah pedagang di Pasar Jongke mengalami peningkatan (naiknya jumlah pedagang oprokan) yaitu sebesar 223 pedagang. Konsekuensi dari peningkatan jumlah pedagang tersebut adalah peningkatan pendapatan pasar.

Berikut disajikan tabel perkembangan pendapatan Pasar Jongke tahun 2013 – 2015.

Tabel 1.2 Pendapatan Pasar Jongke antara Tahun 2013-2015 (rupiah)

No	Bulan	2013	2014	2015	Pertumbuhan 2013-2014	Pertumbuhan 2014-2015
1	Januari	Rp 29.383.970	Rp 32.374.350	Rp 32.605.650	1,015	0,965
2	Februari	Rp 34.089.900	Rp 26.342.690	Rp 49.017.240	1,008	0,986
3	Maret	Rp 35.599.190	Rp 31.223.150	Rp 39.811.095	1,002	1,004
4	April	Rp 39.013.070	Rp 33.103.380	Rp 30.753.670	0,986	1,011
5	Mei	Rp 29.202.940	Rp 37.543.920	Rp 31.138.000	0,994	0,999
6	Juni	Rp 29.030.710	Rp 26.901.560	Rp 30.005.235	1,004	0,994
7	Juli	Rp 30.365.790	Rp 33.793.195	Rp 30.640.060	0,994	1,006
8	Agustus	Rp 34.479.960	Rp 45.923.515	Rp 30.036.710	0,984	1,025
9	September	Rp 34.850.810	Rp 38.472.760	Rp 31.436.980	0,994	1,012
10	Oktober	Rp 37.223.360	Rp 30.486.280	Rp 30.307.650	1,012	1,003
11	November	Rp 47.604.920	Rp 31.131.515	Rp 30.025.840	1,025	1,002
12	Desember	Rp 39.342.000	Rp 41.055.040	Rp 35.797.700	0,998	1,008
	Jumlah	Rp 420.186.620	Rp 408.351.355	Rp 401.575.830	1,001	1,001

Sumber : Dinas Pasar Jongke, 2016

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa pendapatan pedagang tahun 2013-2015. Kenaikan pendapatan setiap tahunnya berbeda-beda sekitar 5% - 10%. Perbandingan dengan pasar yang lain salah satunya pada pasar Legi. Dalam kurun waktu 3 tahun, Pasar Legi mengalami peningkatan pendapatan yaitu sebesar $\pm 18,2$ juta (15,6%). Hal tersebut dilihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Farah (2010). Perkembangan Pasar Jongke yang cukup pesat mengakibatkan terjadi penumpukan barang, penjual, dan pembeli di Pasar Jongke, yang kemudian menyebabkan pasar-pasar yang lain menjadi kurang berkembang. Meskipun demikian, melihat pentingnya fungsi Pasar Jongke di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta menyebabkan peneliti ingin untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH REVITALISASI PASAR TERHADAP AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PASAR JONGKE KECAMATAN LAWEYAN KOTA SURAKARTA”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana kondisi Pasar Jongke sebelum dan sesudah revitalisasi ?
- b. Bagaimana pengaruh revitalisasi terhadap aktivitas perdagangan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Menganalisis kondisi Pasar Jongke sebelum dan sesudah revitalisasi.
- b. Menganalisis pengaruh revitalisasi terhadap aktivitas perdagangan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dan diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

a. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan penyusun skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk melengkapi studi tingkat Sarjana S-1 di Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

b. Bagi Dinas Pengelolaan Pasar

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta bahan pertimbangan. Serta informasi tentang keruangan pasar Tradisional dan karakteristik para pelaku Pasar Jongke sehingga mampu meningkatkan perkembangan pasar.

c. Bagi Fakultas Geografi

Sebagai tambahan referensi serta sumbangan wacana ilmu pengetahuan di Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1.5. Telaah Pustaka dan Telaah Penelitian Sebelumnya

1.5.1. Telaah Pustaka

Banyak definisi Geografi yang dikemukakan oleh para ahli. Daljoeni (1986) menyatakan bahwa Geografi adalah suatu ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara bumi dan manusia. Bumi dan manusia disini dapat dikatakan sebagai alam dan manusia/lingkungan alam dan penduduk, sedangkan yang dimaksud hubungan antara lingkungan alam dengan manusia terkandung pengertian bahwa hidup manusia dipengaruhi oleh keadaan alam seperti : iklim, tanah, air, sumberdaya flora dan fauna, dan lain-lain.

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa geografi tidak hanya mempelajari bumi tetapi juga mempelajari hubungan antara bumi dan manusia dalam lingkup penyebaran interaksi dan interaksinya dalam ruang dan waktu. Manusia memegang peranan yang penting yang merupakan subjek serta objek dalam interaksi antara unsur fisik maupun non fisik yang terjadi di permukaan bumi. Permukaan bumi disini ditinjau dari sudut pandang kewilayahan menampakkan adanya persamaan dan perbedaan yang tidak terlepas dari adanya relasi keruangan dan unsur-unsur pembentuknya.

Lukman (2008), menekankan perlunya orang memahami bagaimana berbagai fenomena yang bervariasi itu dapat dipandang sebagai suatu sistem yang kompleks di muka bumi. Dengan demikian orang mengerti tentang :

- a. Arti lokasi suatu tempat
- b. Persebaran dan konsentrasi fenomena pada tempat-tempat tertentu
- c. Adanya saling ketergantungan secara luas antara sistem lingkungan alam dan kehidupan manusia.
- d. Adanya interaksi yang terjadi antara fenomena tertentu yang menjadi sasaran studi disiplin ilmu lain.
- e. Adanya bentang alam budaya sebagai hasil interaksi yang tidak henti-hentinya antara manusia dan lingkungan sekitarnya.

Geografi dalam aspek tempat merupakan hal yang penting. Tempat mempunyai berbagai istilah, misalnya letak, posisi, dan situs, kemudian tersebarnya sesuatu berkaitan dengan tempat disebut sebaran (distribusi). Dengan demikian yang dimaksud dengan letak geografis adalah letak suatu daerah dilihat dari keberadaannya di muka bumi / posisi dan situasi dari wilayah tersebut ditinjau dari kondisi-kondisi wilayah lain di sekitarnya.

1.5.2. Pasar

Secara teoritis pengertian pasar dalam ilmu ekonomi adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi (keseluruhan permintaan dan penawaran). Ginanjar (1980:52) berpendapat bahwa pasar merupakan perputaran dan pertemuan antar persediaan dan penawaran barang dan jasa. Pasar mempunyai kaitan yang sangat erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat, baik produksi, distribusi, maupun konsumsi. Dalam hal ini pasar dapat diartikan sebagai arena distribusi atau pertukaran barang. Dimana kepentingan produsen dan konsumen bertemu dan pada gilirannya menentukan kelangsungan kegiatan ekonomi masyarakat.

Fandi Tjiptono (1995) berpendapat bahwa pasar adalah pertemuan antara penjual dan pembeli, barang dan jasa yang ditawarkan untuk dijual dan tersedianya perpindahan kepemilikan. Menurut ahli ekonomi, pasar adalah

semua pembelian dan penjualan yang mempunyai perhatian baik secara riil maupun potensial terhadap suatu produk/golongan produk. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, dimana penjual berusaha menawarkan barang dagangannya dan pembeli menginginkan serta membutuhkan barang yang terdapat di pasar melalui proses pertukaran.

Dasar penetapan suatu tempat untuk jual beli umumnya harus mencakup unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Unsur pertemuan penjual dan pembeli baik golongan masyarakat ekonomi lemah/masyarakat golongan menengah dan umum.
- b. Unsur penyediaan barang-barang keperluan sehari-hari.
- c. Unsur pasar sebagai tempat kegunaan umum.

Sedangkan peranan fungsi pasar di dalam kehidupan sehari-hari dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Pasar berfungsi sebagai tempat interaksi antar masyarakat
- b. Pasar sebagai area pembaruan.
- c. Pasar sebagai pusat informasi.

Berdasarkan pola manajemen yang dipakai, pasar dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu :

- a. Pasar Tradisional

Pasar yang masih memakai pola manajemen yang sangat sederhana dengan ciri-cirinya setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha, adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar-menawar harga), penempatan barang dijejer kurang tertata rapi, kenyamanan dan keamanan kurang diperhatikan.

- b. Pasar Modern

Pasar yang sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri jenis barang dagangan yang dilakukan oleh satu pedagang, harga *fixed* (tetap), tata letak barang dagangan teratur dengan baik dan rapi, kenyamanan dan keamanan sudah menjadi prioritas utama.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KPP/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk. Pasar menurut kelas pelayanannya dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern, sedangkan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi pasar eceran dan pasar kulakan/grosir.

1.5.3. Pedagang

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil. Menurut Irawan dan Suparmoko (1981), pedagang adalah orang yang menjalankan kegiatan dalam usaha memindahkan hak atas orang lain secara terus menerus sebagai sumber penghidupan. Pedagang dikategorikan menjadi :

- a. Pedagang Grosir (*Wholesaler*), yaitu pedagang yang membeli barang dan menjualnya kembali kepada pedagang lain. Pedagang grosir selalu membeli dan menjual barang dalam partai besar .
- b. Pedagang Eceran (*Retailer*), yaitu pedagang yang membeli barang dan menjualnya kembali langsung ke konsumen. Untuk membeli biasanya partai besar, tetapi menjualnya biasanya dalam partai kecil atau per-satuan.

1.5.4. Pendapatan

Pendapatan dari seorang masyarakat adalah hasil penjualan dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Sektor produksi membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input produksi dengan harga yang berlaku di pasar faktor produksi. Reksoprayitno (2004:79) dalam Perdana (2014), pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan pendapatan sebagai imbalan atau penghasilan sebulan baik

berupa uang maupun barang yang diterima oleh seseorang yang bekerja dengan status pekerjaan bebas di pertanian atau pekerja bebas di non pertanian.

Pendapatan bersih merupakan pendapatan bruto setelah dikurangi dengan biaya-biaya dalam produksi. Biaya yang dimaksud adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang dikeluarkan saat proses produksi berlangsung demi menghasilkan suatu produk tertentu (Mulyadi, 1990:7) dalam Prihandini (2013).

Irawan dan Suparmoko (1981:157) menyatakan bahwa pendapatan seseorang adalah pendapatan yang telah diperoleh dari suatu kegiatan jenis usaha yang menghasilkan suatu keuntungan. Pengertian lain dari pendapatan yaitu dalam suatu kegiatan usaha diperoleh dari suatu hasil penjualan dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan selama proses penjualan (Boediono, 1993:84)

Boediono (1993) dalam Prihandini (2013), secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga yaitu :

a. Gaji dan Upah

Yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu, maupun satu bulan.

b. Pendapatan dan Usaha Sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar. Usaha disini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga. Tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri serta nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

c. Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga, dan biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dan uang, sumbangan dari pihak

lain, pendapatan dari pensiun. Setiap pengusaha memproduksi barang dan jasa dengan tujuan memperoleh laba atau menghindari kerugian.

Untuk mengukur tingkat pendapatan didapat dari jumlah barang dan jasa yang dihasilkan banyak dan mempunyai nilai jual yang tinggi dan biaya produksi yang rendah, maka dengan sendirinya tingkat keuntungan yang diperoleh akan tinggi.

1.5.5. Revitalisasi Pasar

Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran. Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi dan aspek sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan (sejarah, makna, keunikan dan citra tempat) (Danisworo, 2000:76). Pengertian revitalisasi lainnya adalah proses, cara, dan atau perbuatan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali berbagai program kegiatan apapun.

Mudrajat (2008:98) menyatakan bahwa isu utama yang berkaitan dengan perkembangan pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- a. Jarak antara pasar tradisional dengan hypermarket yang saling berdekatan
- b. Tumbuh pesatnya minimarket (yang dimiliki pengelola jaringan) ke wilayah pemukiman
- c. Penerapan berbagai macam syarat perdagangan oleh ritel modern yang memberatkan pemasokan barang.
- d. Kondisi pasar tradisional secara fisik tertinggal, maka perlu adanya program kebijakan untuk melakukan pengatuhan.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, dikembangkan berbagai upaya untuk mengembangkan pasar tradisional. Salah satu yang dilakukan dengan pemberdayaan pasar tradisional, antara lain dengan mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan, meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola, memprioritaskan

kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi, serta mengevaluasi pengelolaan.

1.6. Penelitian Sebelumnya

Edy Priyanto (2005) melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Perdagangan dan Pedagang Pasar Klewer Di Kota Surakarta”**. Analisa data yang dilakukan adalah tabel frekuensi dan tabel silang. Hasil penelitian ini menunjukkan :

Karakteristik pedagang pasar klewer sebagai berikut :

- Mayoritas pedagang pasar klewer adaah perempuan
- Umur pedagang sebagian besar antara 30-39 tahun
- Pendidikan terakhir pedagang mayoritas SLTA
- Asal pedagang sebagian besar didominasi dari daerah luar kota, seperti Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, dan daerah lainnya.
- Lama usaha rata-rata 9-14 tahun
- Daerah asal barang dagangan pasar klewer mayoritas dari luar kota seperti Pekalongan, Bandung, Jakarta, Tasikmalaya, Sragen, Pacitan, Kudus, dan Klaten. Tetapi ada juga yang terdapat dari daerah dalam Surakarta
- Tidak terdapat hubungan antara pendidikan dengan pendapatan, tidak terdapat hubungan antara modal dengan pendapatan, sedangkan antara lama usaha dengan pendapatan terdapat hubungan yang lemah.

Adapun kaitan dengan penelitian ini adalah karakteristik pedagang di Pasar Jongke Laweyan.

Indri Astuti Sari Wardani (2006) melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Jangkauan Pelayanan Pasar Gemolong Di Kecamatan Gemolong Kabupaten Sragen”** bertujuan untuk mengetahui jangkauan pelayanan Pasar Gemolong, mengetahui batas wilayah layanan Pasar Gemolong, dan mengetahui pengaruh jangkauan pelayanan Pasar Gemolong terhadap frekuensi dan kepuasan berbelanja pembeli. Metode yang digunakan adalah survey dan analisis data sekunder.

Hasilnya adalah jangkauan pelayanan aktual Pasar Gemolong melebihi jangkauan teoritisnya, terdapat kaitan yang erat antara jangkauan layanan pasar dengan frekuensi berkunjung pembeli, adanya hubungan yang erat antara jangkauan pasar Gemolong dengan kepuasan berbelanja pembeli.

Hanif N D (2013) melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Pasar Delanggu Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten”**. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik penjual atau pedagang di Pasar Delanggu

- Penjual atau pedagang di Pasar Delanggu mayoritas perempuan
- Pedagang mengalami usaha berdagang kurang lebih 10-17 tahun
- Barang dagangan sebagian besar berasal dari Klaten
- Modal pedagang rata-rata Rp 1.942.800,00
- Pedagang sebagian besar berasal dari Kelurahan Delanggu

2. Karakteristik pembeli atau konsumen di Pasar Delanggu

- Pembeli rata-rata berasal dari Kecamatan Delanggu.
- Pekerjaan pembeli sebagai Ibu Rumah Tangga
- Pembeli berbelanja karena kebutuhan sehari-hari
- Alasan memilih Pasar Delanggu adalah murah dan lengkap

3. Dari data asal barang dapat diketahui asal barang-barang yang beredar di Pasar Delanggu sebagai berikut:

- Barang elektronik berasal dari Yogyakarta
- Pakaian berasal dari Solo
- Sembako berasal dari Klaten Kota
- Sayuran berasal dari Karanganyar
- Semakin tinggi modal maka semakin tinggi pendapatan pedagang
- Semakin lama usaha maka semakin tinggi pendapatan pedagang.

Tabel 1.3 Perbandingan Penelitian Sebelumnya

Penulis	Edy Priyanto (2005)	Indri Astuti Sari Wardani (2006)	Hanif N D (2013)	Fandy Ahmad Rivai
Judul	Analisis Perdagangan dan Pedagang Pasar Klewer di Kota Surakarta.	Analisis Jangkauan Pelayanan Pasar Gemolong di Kecamatan Gemolong Kabupaten Sragen.	Analisis Pasar Delanggu Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten.	Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Aktivitas Pedagang di Pasar Jongke Kecamatan Laweyan.
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik pedagang. 2. Mengetahui wilayah persebaran Pasar Klewer. 3. Mengetahui daerah asal barang dagangan Pasar Klewer. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui jangkauan pelayanan Pasar Gemolong. 2. Mengetahui batas wilayah pelayanan Pasar Gemolong, 3. Mengetahui pengaruh jangkauan pelayanan Pasar Gemolong terhadap frekuensi dan kepuasan berbelanja pembeli. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik dan pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang di Pasar Legi 2. Mengetahui persebaran/distribusi barang dagangan Pasar Legi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis kondisi Pasar Jongke sebelum dan sesudah revitalisasi. 2. Menganalisis pengaruh revitalisasi terhadap aktivitas perdagangan.
Metode	Survei	Survei dan analisis data sekunder	Survei	Survei dan Wawancara Mendalam
Hasil	1. Karakteristik umur pedagang sebagian besar antara 30-39 tahun, jenis kelamin	1. Jangkauan pelayanan actual Pasar Gemolong melebihi jangkauan	1. Karakteristik umur pedagang kurang lebih 10-17 tahun, jenis kelamin	

	<p>sebagian besar adalah perempuan, pendidikan terakhir pedagang, sebagian SLTA, daerah asal pedagang sebagian besar didominasi dari daerah luar kota seperti Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, dan lainnya.</p> <p>2. Persebaran Pasar Klewer mencakup wilayah nasional karena terdapat persebaran ke luar Jawa seperti Bali, Lampung, dan Balikpapan</p> <p>3. Daerah asal barang dagangan Pasar Klewer mayoritas dari luar kota seperti Pekalongan, Bandung, Jakarta, Tasikmalaya, Sragen, Pacitan, Kudus, dan Klaten, tetapi ada juga yang terdapat dari daerah dalam Surakarta.</p> <p>4. Tidak ada hubungan</p>	<p>teoritisnya</p> <p>2. Terdapat kaitan yang erat antara jangkauan layanan pasar dengan frekuensi berkunjung pembeli</p> <p>3. Adanya hubungan yang erat antara jangkauan layanan Pasar Gemolong dengan kepuasan berbelanja pembeli.</p>	<p>pedagang mayoritas perempuan, barang dagangan sebagian besar beraal dari Klaten, daerah asal pedagang sebagian besar berasal dari Kelurahan Delanggu.</p> <p>2. Daerah asal barang dagang yang beredar di Pasar Delanggu sebagian besar berasal dari Yogyakarta, Solo, Klaten, dan Karanganyar.</p>	
--	---	---	--	--

	antara pendidikan dengan pendapatan, tidak terdapat hubungan antara modal dengan pendapatan, sedangkan antara lama usaha dengan pendapatan terdapat hubungan yang lemah.			
--	--	--	--	--

1.7. Kerangka Pemikiran.

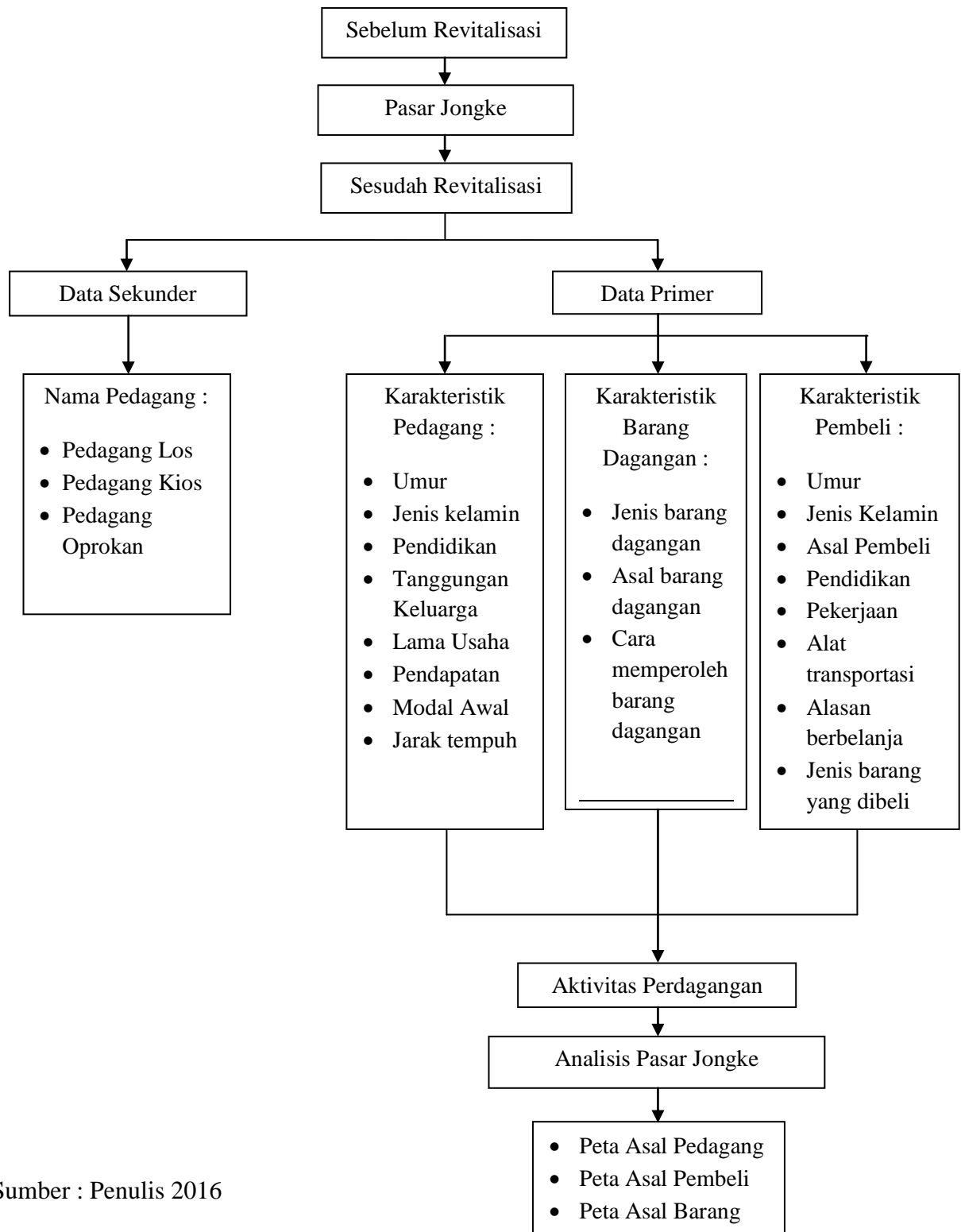
Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang pada umumnya dimulai munculnya suatu pemukiman masyarakat, dimana anggota masyarakat tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga memerlukan bantuan orang lain.

Manusia baik sebagai perorangan maupun kelompok hidup di dalam dengan lingkungannya. Hubungan manusia dengan manusia sangat erat dan bersifat timbal balik. Hubungan manusia dengan manusia maupun lingkungan menimbulkan suatu kegiatan, kegiatan ini menimbulkan aktifitas ekonomi pasar. Pasar adalah tempat dimana terjadi transaksi antara penjual dan pembeli.

Untuk memahami pasar dalam bentuk luas maka perlu dilihat dari tiga sudut pandang. Pertama, sebagai suatu pola aliran barang dagangan dan jasa. Kedua, sebagai suatu kumpulan mekanisme ekonomi yaitu dengan adanya harga dari hasil tawar-menawar yang merupakan kegiatan refleksi pasar. Ketiga, pasar merupakan suatu sistem sosial dan budaya. Pasar bukanlah tumbuh dari lingkungan setempat, melainkan hubungan timbal balik antar daerah. Pembagian kerja yang sangat teratur, secara langsung merupakan landasan yang sangat penting bagi organisasi sosial pasar. Pasar merupakan suatu bentuk proses jual beli yang terjadi dari tiga tipe pandangan. Pandangan tersebut antara lain penjual, pembeli dan barang yang diperjual belikan, dan ketiga tipe terjadi interaksi jual beli.

Pasar Jongke yang sebagian besar menjual atau menyediakan barang dagangan seperti kebutuhan sehari-hari (9 bahan pokok). Dengan meningkatkan jumlah penduduk maka kebutuhan akan pangan naik yang selanjutnya bertambah besar pula permintaan pasar. Untuk mengetahui karakteristik pedagang dan perdagangan, untuk mengetahui pola keruangan Pasar Jongke tersebut dapat digambarkan dalam peta hubungan timbal balik yang terjadi di pasar tersebut.

Diagram Alir Penelitian



Sumber : Penulis 2016

1.8. Batasan Operasional

Beberapa batasan operasional yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas Perdagangan adalah kegiatan jual beli barang atau jasa atau keduanya berdasarkan kesepakatan bersama bukan karena paksaan.
2. Pedagang kios adalah pedagang yang menjalankan usahanya dengan menggunakan kios dimana bangunan kios adalah bangunan permanen dilengkapi dengan pintu dimana pintu tersebut dapat dibuka dan dipasang kembali.
3. Pedagang adalah orang yang membeli barang dari pedagang lain atau hasil industri yang kemudian dijual langsung berhadapan dengan konsumen.
4. Perdagangan adalah cara yang relatif bersifat damai untuk memperoleh barang dagangan yang tidak tersedia di tempat, dengan tujuan dijual dan membawa barang dagangan dari tempat lain.
5. Pasar adalah tempat para pembeli dan penjual bertemu untuk mengadakan transaksi berjualan, yang terjadi antara orang-orang yang sudah dikenal maupun orang-orang yang belum dikenal dan dilakukan secara tunai maupun angsuran.
6. Barang dagangan adalah semua barang yang diperoleh dari hasil pertanian maupun industri dengan tujuan untuk dijual.
7. Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital atau hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran.
8. Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari berdagang di pasar.
9. Tenaga kerja adalah orang yang terlibat dalam perdagangan di pasar.
10. Jam kerja adalah jam kerja atau waktu bekerja dalam kegiatan berdagang di pasar.
11. Distribusi adalah pembagian, sebaran dalam ruang.